Intercedent II

Serienummer:
Licentie: Voor het activeren van de licentie kijk op pagina 5 van dit boek.
Te activeren tot:

Colofon

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.
0522-235235
info@edu-actief.nl
www.edu-actief.nl

Auteur: A. Moolenaar
Eindredacteur: R. van Midde, L. Kroes
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie

Titel: Intercedent II
ISBN: 978 90 3723 533 3

© Edu'Actief b.v. 2017

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

Inhoud

	Voorwoord	**5**
1.	**Werkwijze uitzendbureau**	**7**
1.1	Inleiding	7
1.2	De algemene werkwijze van uitzendbureaus	8
1.3	Stappenplan intake	11
1.4	Andere activiteiten	15
1.5	Eisenhowerschema	17
1.6	Begrippen	18
2.	**Communicatie**	**19**
2.1	Inleiding	19
2.2	Communicatie algemeen	20
2.3	Gesprekstechnieken	23
2.4	SMART formuleren	29
2.5	Problem solving methode	30
2.6	SWOT-analyse	32
2.7	Het Johari-venster	33
2.8	Informatie verzamelen	34
2.9	Adviseren	35
2.10	Verwijzen	37
2.11	Telefoongesprekken	38
2.12	Klachtengesprek	39
2.13	Structureren van gesprekken in jouw werk	41
2.14	Begrippen	42
3.	**Kandidaten en opdrachtgevers werven**	**45**
3.1	Inleiding	45
3.2	De marketingmix voor intercedenten	46
3.3	Het product van uitzendbureaus	47
3.4	Werven van kandidaten	50
3.5	Werven van opdrachtgevers	54
3.6	Doelgroepen	57
3.7	Klantenbinding	58
3.8	Permanent relatiebeheer en Prijs	58
3.9	Plaats van handeling	61
3.10	Begrippen	63

4. Kandidaten en vacatures matchen 65
4.1 Inleiding 65
4.2 De procedure 66
4.3 Vacatureopname 66
4.4 Intake 70
4.5 Matchen 77
4.6 Selectiegesprek op het uitzendbureau 79
4.7 Verwijzing van de uitzendkracht 81
4.8 Begrippen 84

5. Kandidaten naar werk begeleiden 85
5.1 Inleiding 85
5.2 Functiewaardering 86
5.3 De aanstellingsprocedure 87
5.4 Inschalen 91
5.5 Tarief voor de opdrachtgever 97
5.6 Begeleiding van de uitzendkracht 97
5.7 Scholing 100
5.8 Verzuimbegeleiding 101
5.9 Contact met de opdrachtgevers onderhouden 103
5.10 Begrippen 105

6. Administratieve werkzaamheden 107
6.1 Inleiding 107
6.2 Gegevens vastleggen 108
6.3 Administratieve taken bij aanstelling 109
6.4 Overige beheerstaken 112
6.5 Managementinformatie 121
6.6 Financiële zaken 122
6.7 Samenwerken 125
6.8 Ontwikkelingen 126
6.9 Begrippen 129

Begrippenindex 130

Voorwoord

Scoren.info

Voor je ligt een bronnenboek dat hoort bij de methode Scoren.info. Scoren.info is de methode voor commerciële opleidingen op niveau 3 en 4.

Kwalificatiedossier

Uiteraard worden aan de opleiding eisen gesteld met betrekking tot het uitvoeren van het beroep. De eisen die aan jou worden gesteld om in een bepaald beroep aan de slag te kunnen, staan vermeld in een zogenaamd kwalificatiedossier.
In dit kwalificatiedossier staan de kerntaken vermeld. Kerntaken zijn de belangrijkste taken die in een beroep voorkomen. Om deze kerntaken goed onder de knie te krijgen moet je werkprocessen uitvoeren en competenties ontwikkelen. Werkprocessen zijn eigenlijk werkzaamheden die je dagelijks moet uitvoeren. Om dat goed te kunnen doen moet je allerlei kwaliteiten ontwikkelen, zoals samenwerken, luisteren, initiatief nemen, vakkennis ontwikkelen en omgaan met stress. Dat noem je competenties.
De bronnenboeken en de inhoud van de website van de methode Scoren.info zullen je hierbij helpen.

SEU Examen

Als je bij een uitzendbureau gaat werken en je wilt daar in vaste dienst komen dan willen veel werkgevers, dat je het SEU-diploma gaat halen. Dit is een diploma van de Stichting Examens Uitzendbranche. Met het SEU diploma laat je zien dat je over de noodzakelijke kennis beschikt. Het is dus nog eens een extra diploma bovenop voor deze opleiding. Dit boek en Intercedent I leveren je een groot deel van de kennis die je nodig hebt voor het SEU diploma. Meer informatie hierover vind je op de volgende website: http://www.seu.nl.

Hoe werkt de methode?

De methode bestaat uit bronnenboeken en een website. Voor elke opleiding heb je een aantal bronnenboeken nodig. In deze bronnenboeken wordt de belangrijke basistheorie beschreven en worden begrippen uitgelegd.
Op de methodewebsite www.scoren.info vind je de opdrachten en extra bronmateriaal.

Inloggen

Bij Scoren.info hoort een licentie die toegang geeft tot de website www.scoren.info. Op deze website vind je opdrachten en bronnen, zoals filmpjes en hyperlinks. De licentie moet je eerst activeren.

Het activeren gaat als volgt:

- Ga naar licentie.edu-actief.nl.
- Op deze pagina staan vier lege vakken. Vul hier de licentie in die je bij dit product hebt gekregen. De licentie bestaat uit 4 maal 6 tekens en is niet hoofdlettergevoelig.
- Klik op de knop ‘Activeren’ en volg de verdere instructies op de website.

Ga naar www.scoren.info. Klik op het blok Studentenmateriaal. Log in met je gebrukersnaam en wachtwoord. Vervoglens krijg je toegang tot de extra opdrachten en de bronnen.

Je kunt hierna twaalf maanden gebruikmaken van het materiaal op www.scoren.info.

Veel succes!

Hoofdstuk 1
Werkwijze uitzendbureau

1.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat over de werkwijze van het uitzendbureau. Uitzendbureaus zijn werkzaam op het terrein van arbeidsbemiddeling. Dat betekent dat hun dienstverlening zich richt op het bij elkaar brengen van werkzoekenden en opdrachtgevers met vacatures, met als doel de vacatures te vervullen en de werkzoekenden aan het werk te helpen. Vrijwel elk uitzendbureau werkt op een soortgelijke manier. De uitvoerende werkzaamheden bij een uitzendbureau zijn in handen van intercedenten. Zij verzorgen alle taken die gericht zijn op de bemiddeling van werkzoekenden bij vacatures.

Vraag en aanbod vergelijken.

Een **intercedent** heeft een flink aantal taken. Dit zijn:

- het houden van een intakegesprek
- het verwerken van de gegevens uit dit gesprek
- het opnemen van vacatures
- het verwerken van gegevens tot een duidelijk functieprofiel
- matchen
- het leggen van contact met de werkzoekende inzake de selectie
- het verwijzen van geschikte kandidaten

- het afwijzen van niet geschikte kandidaten
- de administratieve taken
- begeleiding van uitzendkrachten
- advies geven aan opdrachtgevers en uitzendkrachten.

1.2 De algemene werkwijze van uitzendbureaus

Voor de uitvoering van arbeidsbemiddeling bij uitzendbureaus bestaat een vaste procedure. **Arbeidsbemiddeling** is opdrachtgevers met een vacature en werkzoekenden met elkaar in contact brengen met als doel de vacature te vervullen en de werkzoekende aan het werk te helpen. In dit werk zijn er veel vaste procedures, waar iedere medewerker zich aan moet houden.

Methodisch werken

Om je werk als intercedent goed te kunnen uitvoeren is het noodzakelijk om methodisch te kunnen werken. Aan de hand van vastgestelde procedures schrijft de intercedent werkzoekenden in, neemt hij vacatures op, voert hij gesprekken met opdrachtgevers en flexkrachten, om vervolgens vraag en aanbod op elkaar af te stemmen.

Voorbeeld

De hele procedure van intake en vacatureopname tot en met het vervullen van een vacature is een voorbeeld van methodisch werken: een vaste procedure, die alle medewerkers systematisch volgen om de gevraagde kwaliteit te leveren en het doel te bereiken: een goede match tussen de opdrachtgever met de vacature en de uitzendkracht.

Methodisch werken betekent dat je systematisch, doelbewust en doelgericht aan het werk gaat:
- Je weet wat je doel is.
- Je bent bewust bezig dat doel te bereiken.
- Je hanteert daarbij een vaste werkwijze.

Dat betekent in de praktijk, dat je in gelijksoortige situaties met gelijksoortige doelen steeds eenzelfde systeem (=stappenplan) hanteert.

De voordelen daarvan zijn:
- dat je klanten in gelijksoortige situaties op dezelfde manier behandelt
- dat je een vaste structuur hanteert, die voor iedereen herkenbaar is
- dat je een constante kwaliteit levert
- dat je controleerbaar bent en jezelf kunt controleren
- dat jouw werk makkelijk door een ander overgenomen kan worden, omdat iedereen dezelfde werkwijze heeft.

In het begin is het even wennen aan methodisch werken. Het lijkt fantasieloos, altijd maar op dezelfde manier aan de gang. Maar als je er bewust mee oefent, merk je dat het gewoon heel handig is: je hoeft niet elke keer opnieuw te bedenken wat je moet doen. En dat scheelt tijd en moeite. Die tijd en moeite kun je weer steken in het voeren van een goed gesprek en in het goed luisteren en doorvragen, waardoor je jouw doel makkelijker en beter bereikt. Daarbij is het ook nog zo dat je alle klanten in dezelfde situatie op dezelfde goede manier behandelt en dat hoort bij klantgericht werken. En daar ben je altijd mee bezig.

Methodisch gesprekken voeren

Voor veel soorten gesprekken zijn ook vrij vaste methoden, die iedereen die deze gesprekken voert, gebruikt. Bijvoorbeeld bij intakegesprekken, selectiegesprekken, verkoopgesprekken, slechtnieuwsgesprekken en vacatureopnamegesprekken. Al deze gesprekken voer je als intercedent regelmatig.

Deze methoden staan vaak beschreven in een handboek. Zo weten alle medewerkers hoe ze de verschillende gesprekken moeten voeren. Door gebruik te maken van deze vaste gesprekstructuur kun je de gesprekken ook goed voorbereiden, want je weet van tevoren in grote lijnen welke onderwerpen in welke volgorde aan de orde moeten komen.

Belscript voor actief aanbieden van een uitzendkracht aan een opdrachtgever

1. Voorbereiding
Lees van tevoren het belscript een paar keer goed door en prent de grote lijnen in je hoofd. Lees de vragen niet voor, want dat kan degene die je belt horen en het klinkt niet professioneel. Houd je in grote lijnen aan de vragen, maar pas je gesprek aan aan de antwoorden die je krijgt.

2. Begroeten en voorstellen
Spreek je introductiezin langzamer uit dan dat je normaal gesproken praat. Zo geef je de gesprekspartner de tijd om te wennen aan je stem. Probeer duidelijk je naam en die van het bureau uit te spreken, zodat deze namen blijven hangen bij je klant.

Voorbeeld: “Goedemorgen, u spreekt met Joris Westra, uitzendbureau …. Hebt u op dit moment even tijd voor mij?”

3. Vertel de reden van je telefoontje
Licht de aanleiding van je telefoontje toe.

Voorbeeld: “Wij hebben vanmorgen een nieuwe kracht ingeschreven van wie ik denk dat deze precies past bij uw wensen.”

4. Leg uit waarom je belt
Je legt nu uit waarom je vindt dat deze kracht past bij de organisatie die je belt.

Voorbeeld: “Het gaat om een pas afgestudeerde ICT’er, die stage heeft gelopen bij … en gespecialiseerd is in …. Wij hebben regelmatig van u vacatures voor een dergelijke medewerker. Dus ik dacht dat u het wel fijn zou vinden als ik u informeer over deze inschrijving. Hij woont in de buurt en is nu beschikbaar.”

5. Vraag door
Het is belangrijk om goed te luisteren naar het antwoord van de klant. Een klant vindt het prettig het idee te hebben dat je oprecht geïnteresseerd bent in zijn opmerkingen en dit is je kans om interesse te wekken bij de klant en een vacature binnen te halen

Voorbeeld: “U zegt dat … u aanspreekt. Is het misschien een idee om u zijn cv op sturen?”

6. Aansturen op een afspraak
Het doel van je gesprek is om iets te verkopen en daarvoor een afspraak te maken. Houd dit doel dan ook goed voor ogen, zonder al te opdringerig over te komen.

Voorbeeld: “Ik kan natuurlijk ook een kennismakingsgesprek voor u regelen. Dan weet u op het moment dat er een vacature speelt welk aanbod wij hebben. Schikt het u in de loop van de komende week?”

7. Bevestigen van de afspraak

Het is belangrijk om de gemaakte afspraak nog even te bevestigen, indien mogelijk ook per e-mail. Vraag daarom of het mogelijk is een afspraakbevestiging te sturen.

Voorbeeld: “Goed, ik zorg dat … (naam uitzendkracht) telefonisch contact met u opneemt om een afspraak te maken en stuur u vast zijn cv. Naar welk mailadres kan ik dit sturen? Kan hij u bereiken op dit nummer?”

8. Neem positief afscheid

Zorg voor een positieve afsluiting van het gesprek, ook als de klant geen interesse heeft getoond.

Voorbeeld: “Ik houd in elk geval deze kandidaat voor u in gedachten. Wij spreken elkaar als er daadwerkelijk een vacature is.”

1.3 Stappenplan intake

Het stappenplan intake is een voorbeeld van methodisch werken.

Stappenplan intake.

Intake

Als een uitzendkracht zich inschrijft, meldt hij zich meestal via de website en krijgt hij een intakegesprek (of kortweg **intake**) met een intercedent als deze verwacht dat er werk voor hem is. Het intakegesprek kun je zien als een interview aan de hand van vaste vragen, waarbij je doorvraagt op de antwoorden. Het doel van een intakegesprek is informatie te krijgen van de uitzendkracht die je nodig hebt om hem in een passende functie te kunnen plaatsen.

Vacatureopname

Een opdrachtgever die op zoek is naar uitzendkrachten neemt meestal telefonisch contact op met het uitzendbureau. Hij geeft dan alle informatie over de **vacature** (openstaande functie) door, zodat het uitzendbureau geschikte kandidaten kan gaan zoeken. Dit heet een **vacatureopnamegesprek**.

Intake en vacatureopname zijn heel belangrijk!

Het intakegesprek en de vacatureopname zijn heel belangrijk. Doe je dat niet goed, dan heb je een probleem of heeft jouw collega een probleem. Kijk maar eens naar het praktijkvoorbeeld hierna.

In dit voorbeeld zie je dat jij en jouw collega's behoorlijk afhankelijk zijn van de kwaliteit van elkaars werk. Het is dus zaak om echt goed door te vragen en goede gesprekken te voeren. Anders moet een van jouw collega's het werk overdoen. Dat is niet goed voor de samenwerking en de sfeer. En ook niet goed voor de resultaten van alle werkzaamheden. Een goede intake en vacatureopname zijn dus voorwaarden voor de rest van het werk.

Voorbeeld

Claudia, intercedente bij uitzendbureau Work Perfect, gaat aan de slag met een vacature voor een medewerk(st)er op de salarisadministratie. Gevraagd wordt een aansluitende opleiding op mbo-niveau en enige werkervaring op dat gebied. Claudia gaat zoeken bij de administratief medewerk(st)ers en vindt daar iemand die interesse heeft. De betreffende uitzendkracht heeft een mbo-diploma en heeft op verschillende afdelingen ervaring opgedaan.

Hier heeft Claudia dus niets aan! Claudia weet niet welke mbo-opleiding de uitzendkracht heeft gevolgd en op wat voor afdelingen er met welke werkzaamheden werkervaring is opgedaan. Deze inschrijving moet ze dus nog even dunnetjes overdoen voordat ze weet of ze die persoon kan bemiddelen. Dat is zonde van de tijd en de moeite. Als bij de intake meteen goed was doorgevraagd, had ze nu gewoon kunnen doorwerken.

Daarnaast is het de vraag welke mbo-opleiding de werkgever bedoelt. Is dat een administratieve opleiding op niveau 4, een opleiding personeel & arbeid of mag het ook een kortdurende bijscholing zijn? En wat zijn precies de taken van die medewerker op de salarisadministratie? Is dat het berekenen van salarissen? Het maken van arbeidsovereenkomsten? Of alleen er zorg voor dragen dat salarissen op tijd overgemaakt worden? Gaat het ook over andere vergoedingen? Is ze de enige medewerkster op de afdeling die de salarisadministratie doet of zijn de taken verdeeld? Gaat het over een fulltimebaan en voor hoelang? Ook daar zal ze meer over moeten weten om een goede match te maken. De vacatureopname moet ook bijgewerkt worden. Arme Claudia! Zo komt ze niet verder.

Matchen

Matchen is geautomatiseerde vraag- en aanbodvergelijking. De vraag is de vacature en het aanbod zijn de uitzendkrachten. De gegevens van de uitzendkrachten staan in het matchingsprogramma van het uitzendbureau. De gegevens van de vacatures voer je ook in in dit programma. Het

matchingsprogramma kan de gegevens van de vacatures en de uitzendkrachten met elkaar vergelijken en zo de uitzendkrachten die voldoen aan de eisen van de vacature **selecteren** (de beste kandidaat uitzoeken voor een vacature). Daardoor krijg je een overzicht van alle uitzendkrachten die in grote lijnen voldoen aan de eisen van de vacature.

Handmatige selectie

Over het algemeen is er een flink aantal kandidaten dat bij een vacature kan passen. Deze kandidaten bekijk je stuk voor stuk om de beste kandidaten uit te kiezen. Dan hanteer je nog wat andere criteria, zoals jouw ervaringen met deze uitzendkracht, zijn werkervaring, motivatie, presentatie, inzet.

Telefonisch contact met de werkzoekende

Vervolgens bel je de kandidaten die je hebt uitgekozen en vertel je hen over de vacature. Je vraagt of ze er zin in hebben/tijd voor hebben en nodigt kandidaten die je nog nooit hebt gezien uit voor een persoonlijk gesprek. Kandidaten die je al kent, kunnen meteen gaan solliciteren als ze interesse hebben.

Selectiegesprek

Met de kandidaten die je nog nooit hebt gezien, ga je eerst persoonlijk kennismaken in een selectiegesprek op het uitzendbureau. Je maakt daarbij een inschatting of ze echt geschikt zijn voor de vacature of niet. Dat betekent dus ook dat je kandidaten die je niet geschikt vindt moet afwijzen.

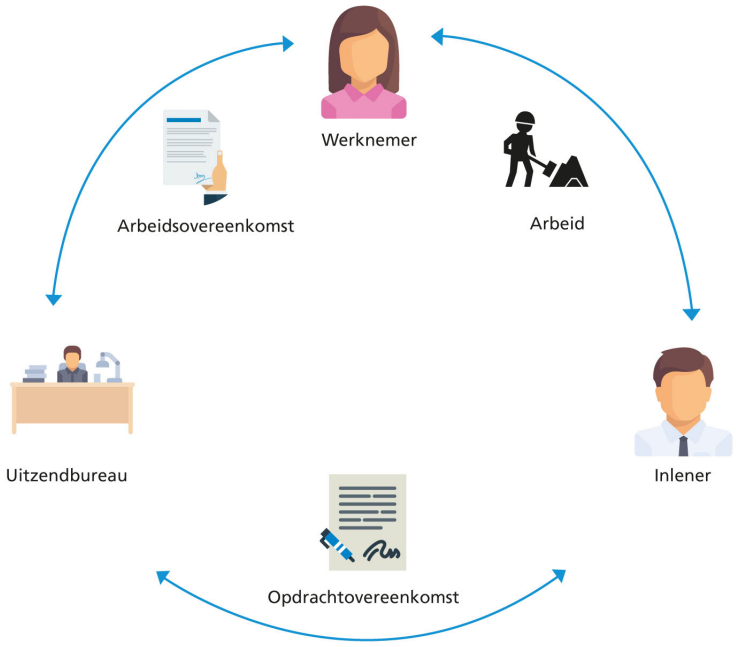
Verwijzen van de kandidaten naar de opdrachtgever

De kandidaten van wie je denkt dat ze goed bij de vacature passen, verwijs je naar de opdrachtgever. Ze kunnen gaan solliciteren. De gegevens van de kandidaten die gaan solliciteren, geef je in eerste instantie geanonimiseerd door aan de opdrachtgever. Pas als de opdrachtgever heeft aangegeven welke kandidaten hij wil zien, krijgt hij de namen.

Selectiegesprek met de opdrachtgever en keuze voor de kandidaat

De opdrachtgever wil natuurlijk ook zelf eerst kennismaken met de kandidaten. Hij maakt uiteindelijk de keuze voor wie er aan de slag kan gaan. De kandidaten hebben dus twee selectiegesprekken: één bij het uitzendbureau met een intercedent en één bij de opdrachtgever. De kandidaten die zijn afgewezen (niet aangenomen voor de functie) door de opdrachtgever mogen de intercedent hierover informeren.

Het kan natuurlijk ook voorkomen dat een opdrachtgever de kandidaat nog kent van een vorige keer. In dat geval kan deze kandidaat over het algemeen gewoon beginnen. Er zijn dan geen selectiegesprekken nodig. De intercedent overlegt telefonisch met de opdrachtgever en de uitzendkracht kan aan het werk.



Uitzenden.

Kandidaat aanstellen

Als duidelijk is welke kandidaat voor de vacature is uitgekozen en aan het werk kan, krijgt deze hiervan een schriftelijke bevestiging met daarin de datum van indiensttreding, de functienaam, het aantal uren per week, het uursalaris en uiteraard de naam van de organisatie van de opdrachtgever. De opdrachtgever krijgt ook een schriftelijke bevestiging met dezelfde informatie, de naam en functie van de uitzendkracht en het uurtarief (kosten van de uitzendkracht per uur).

Dossier aanmaken

Van elke uitzendkracht die aan het werk gaat, komt een digitaal personeelsdossier. Hierin houdt de intercedent nauwkeurig bij wat de kandidaat voor werk doet, tegen welk salaris, hoeveel uur, hoelang en hoe de ervaringen met en van de kandidaat zijn bij de opdrachtgever. Zo is bij een volgende vacature meteen duidelijk of de kandidaat (terug) kan komen of niet.
Een uitzendkracht die zich niet netjes gedraagt, zijn werk niet goed doet of veel verzuimt, roep je geen tweede keer op.

Werkbriefjes controleren

Op een **werkbriefje** houdt de uitzendkracht bij hoeveel uur hij per dag werkt en op welke werktijden. Aan het eind van de week controleert de opdrachtgever/leidinggevende of de uren correct op het werkbriefje staan en tekent het voor akkoord. Vervolgens levert de uitzendkracht het werkbriefje in bij het uitzendbureau. Uiteraard kan het werkbriefje ook digitaal worden ingeleverd en steeds meer uitzendbureaus werken met apps (website en smartphone), waar zowel de uitzendkracht als de werkgever de uren goedkeuren.

Een andere trend is dat de uitzendkracht een elektronische toegangspas krijgt van het bedrijf waar hij werkt. Met deze pas wordt de aanwezigheid van de uitzendkracht vastgelegd en worden de uren automatisch naar het uitzendbureau gestuurd. De opdrachtgever tekent dan helemaal niet meer voor akkoord.

Zorg dragen voor de financiële afhandeling

Het uitzendbureau controleert de werkbriefjes nog een keer en stuurt ze dan op naar de salarisadministratie. Een week later staat het salaris van de uitzendkracht op zijn bankrekening, en aan het eind van de maand krijgt de opdrachtgever de rekening.

1.4 Andere activiteiten

De intakeprocedure is de **corebusiness** (kernactiviteiten van een organisatie) van het uitzendbureau. Hier draait het om. Hieraan ontleent het uitzendbureau zijn bestaansrecht. En dat is de hoofdmoot van jouw dagelijkse werkzaamheden.

Uiteraard zijn er nog flink wat andere taken die een belangrijke rol spelen. Denk aan:

- het werven van opdrachtgevers
- het werven van uitzendkrachten
- gesprekken voeren
- administratieve werkzaamheden.

Het werven van opdrachtgevers

Uitzendbureaus zijn commerciële organisaties. Zij bestaan dankzij opdrachtgevers met vacatures en natuurlijk dankzij werkzoekenden. Een **opdrachtgever** is een werkgever die een vacature wil laten vervullen door het uitzendbureau. Die opdrachtgevers komen meestal niet vanzelf bij een uitzendbureau terecht. In het werven van opdrachtgevers ligt een belangrijke commerciële taak, die bij kleine uitzendorganisaties bij de intercedent ligt. Bij grotere organisaties zijn daarvoor commerciële medewerkers, accountmanagers, die dagelijks op stap zijn om opdrachtgevers te **werven** (overhalen om gebruik te maken van de dienstverlening van het uitzendbureau).

Het werven van uitzendkrachten

En ook uitzendkrachten komen niet vanzelf. Ze moeten wel naar het uitzendbureau komen waar jij als intercedent aan het werk bent en niet bij de buurman. Ook daar ligt werk voor de intercedent. Als het slecht gaat met de economie staan de werkzoekenden bij wijze van spreken te trappelen voor de deur. Nu de economie weer aantrekt komen er steeds meer functies waarvoor wel veel vacatures zijn, maar geen uitzendkrachten. Meestal is het werven van uitzendkrachten een echte, en heel leuke, taak voor de intercedent.

Gesprekken voeren

Je hebt het hiervoor vast al gemerkt: een intercedent heeft veel zakelijke contacten en voert heel veel verschillende gesprekken. Goede communicatie is erg belangrijk.

De volgende gesprekken worden geregeld door een intercedent gevoerd:

- intakegesprek
- vacatureopnamegesprek
- telefoongesprek/verkoopgesprek
- selectiegesprek
- verwijzingsgesprek
- afwijzingsgesprek
- aanstellingsgesprek.